Modelagem de ações em Jogos

Olá, Alunos! Bem-vindos a nossa disciplina de Teoria dos Jogos.

Muito bem pessoal! Vamos continuar a nossa jornada rumo ao desenvolvimento de uma experiência lúdica a partir da perspectiva da teoria dos jogos. Lembre-se que o desenvolvimento de uma experiência lúdica diz respeito às pessoas; sendo assim, o jogador ou o público-alvo do produto digital deve ser considerado como principal ativo de um processo multidimensional. Assim, observamos que a interação entre os indivíduos com os elementos do jogo deve ser uma dimensão amplamente estudada; sobretudo pela dimensão subjetiva do game design. Isto é, uma visão holística e interdisciplinar sobre os fundamentos do jogo, da teoria dos do próprio comportamento humano.

Sendo assim, nesta aula, vamos discutir a respeito da modelagem de ações em Jogos. Vamos lá?

Modelagem em Jogos

Antes de prosseguirmos, analise a figura a seguir:

Figura 1. Tétrade elementar de Schell

Fiani (2009, p. 43) comenta que os “Jogos são modelos que tratam de interações estratégicas e que interações estratégicas, por sua vez, são o resultado do reconhecimento por parte de cada um dos agentes (jogadores), de que suas ações afetam os demais e vice-versa”. Assim, como um desenvolvedor de experiências lúdicas, é necessário compreender que o processo de concepção é baseado na interação do jogador com os elementos do jogo (jogadores, jogabilidade, mecânicas, HUD, e assim por diante).

Além disso, você verá que as experiências lúdicas na perspectiva da teoria dos jogos podem ser classificadas de acordo com os interesses e motivações dos jogadores (SCHELL, 2008). Por exemplo:

- Jogos com Interesses Idênticos (jogos cooperativos): interação entre os indivíduos baseado no compartilhamento ou tomada de decisão conjuntamente perante as adversidades do jogo.

- Jogos com Interesses Opostos (jogos não-cooperativos): a motivação do jogador é baseada no confronto, isto é, na disputa estratégica para decidir a força dominante no jogo.

- Jogos com Interesses Mistos (jogos cooperativos/não-cooperativos): um processo de hibridização entre os jogos idênticos e opostos; no geral, as regras do jogo permitem aos jogadores cooperar ou compor estratégias isoladamente para dominar as disputas.

Câmara (2011, p. 29), comenta que “o jogo consiste numa avaliação antecipada das reações…”. Convém notar, que, atualmente, frente uma indústria dinâmica e multifacetada, o processo criativo deve fornecer subsídios para os jogadores agregarem valor à sua base de negócio. Para tanto, o ponto chave é a relevância da abordagem criativa a partir do estudo do público-alvo, isto é, quanto mais os desenvolvedores coletam informações do público, mais fácil se torna o processo criativo de conceber estratégias baseado nas reações dos jogadores (ROGERS, 2017; SATO, 2008).

Agora, reflita sobre o seguinte questionamento: como o estudo das reações dos jogadores pode agregar valor ao processo de criação de uma experiência lúdica no âmbito da transformação digital?

Atividade extra

Para se aprofundar nos conceitos e fundamentos sobre o processo criativo,

leia o artigo a seguir, na íntegra: https://www.sbgames.org/sbgames2017/papers/ArtesDesignFull/174586.

Referência Bibliográfica

CÂMARA, Samuel Façanha. **Teoria dos jogos**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/UFSC, 2011, 92p.

FIANI, R. **Teoria dos Jogos**: com aplicações em economia, administração e ciências sociais. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2(

ROGERS, D. **Transformação Digital**: repensando o seu negócio para a era digital. Tradução: Afonso Celso da Cunha Serra. São Paulo: Autêntica Business, 2017.

SATO, Adriana Kei Ohashi, 2008. **Design e Ressignificação do Imaginário no Jogo**. In: Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa & Desenvolvimento em Design P&D 8. São Paulo: AEND Brasil.

SCHELL, Jesse. **The Art of Game Design**: A book of lenses. Boca Raton – fl: CRC Press, 2008.

Ir para questão